

第三节 电子支付

考点一 电子支付的概念和特点

(一) 概念

电子支付是指单位、个人直接或授权他人通过电子支付终端发出支付指令,实现货币支付与资金转移的行为。



(二) 特点

项目	电子支付	传统支付
支付方式	数字流转、数字化方式	现金的流转、票据的转让、银行的汇兑
工作环境	开放系统平台(互联网)	较为封闭的系统中运作
通信手段	使用最先进的通信手段,对软、硬件设施要求很高	传统的通信媒介,对软硬件要求较高
优势	方便、快捷、高效、经济	-

【例-多选题】与传统支付方式相比,电子支付的优势主要包括()。

- A.无风险
- B.方便
- C.快捷
- D.高效
- E.经济

答案: BCDE

解析: 本题考查电子支付的特点。电子支付的优势体现在方便、快捷、高效、经济。

考点二 电子支付的分类

电子支付的类型

(1) 按电子支付指令发起方式分为: **网上支付、电话支付、移动支付、销售点终端交易、自动柜员机交易、其他电子支付。**

(2) 按电子支付的具体工具方式分为:

- ①电子货币类——如:电子现金、电子钱包。
- ②银行卡类——如:信用卡、借记卡。
- ③电子支票类——如:电子汇款、电子划款。

(一) **电子货币**——是指用一定金额的现金或存款从发行者处兑换并获得代表相同金额的数据,通过使用某些电子化方法将该数据直接转移给支付对象,从而清偿债务。

电子货币的主要功能

- (1) **转账结算功能:** 直接消费结算,代替现金转账。
- (2) **储蓄功能:** 使用电子货币存款和取款。
- (3) **兑现功能:** 异地使用货币时,进行货币汇兑。
- (4) **消费贷款功能:** 先向银行贷款,先消费、后还款。

(二) 银行卡——是商业银行等金融机构及邮政储蓄机构向社会发行的，具有消费信用、转账结算、存取现金等全部或部分功能的信用支付工具。

银行卡的类型：(1) 信用卡 (2) 借记卡

(三) 网上银行——又称“**网络银行、在线银行**”，是指银行利用互联网技术，通过互联网向客户提供开户、查询、对账、行内转账、跨行转账、信贷、网上证券、投资理财等服务项目，使客户可以足不出户就能够安全便捷地管理活期和定期存款、支票、信用卡及个人投资等。

(三) 网上银行

网上银行的主要优势

- (1) 全面实现无纸化交易。
- (2) 服务方便、快捷、高效、可靠。
- (3) 经营成本低廉。
- (4) 简单易用。

(四) **移动支付**

1、移动支付的特点

- (1) **移动性**——随身携带移动终端，消除了距离和地域支付的限制。
- (2) **及时性**——不受时间、地点的限制，信息获取更为及时，用户可随时对账户进行查询账户、购物消费。
- (3) **定制化**——用户可定制自己的消费方式和个性化设置，使交易更贴合自身需求。
- (4) **集成性**——以移动终端为载体，与其读写器近距离识别进行的信息交互。

2、**移动支付的一般流程**

- (1) 消费者在网上订购商品。
- (2) 消费者用手机向商家发送支付信息。
- (3) 商家将手机支付信息传递给通信公司。
- (4) 通信公司给消费者发送支付确认信息。
- (5) 消费者将确认信息回传给商家。

- (6) 商家再将此信息传给通信公司，并请求缴费。
- (7) 通信公司付费，同时告知商家给消费者发货，并保存交易记录。
- (8) 商家发货，同时也保存交易记录。
- (9) 将交易明细写入消费者前台消费系统，以便消费者查询。

【例-单选题】下列电子支付工具中，属于电子货币的是（ ）。

- A.电子现金
- B.电子支票
- C.借记卡
- D.电子汇款

答案：A

解析：本题考查电子支付的类型。电子货币类：电子现金、电子钱包。

考点三 第三方支付

是指具备一定实力和信誉保障的独立机构，通过与银联或网联对接而促成交易双方进行交易的网络支付模式。

如：支付宝



第四节 网络营销

考点一 网络营销的概念、特点

（一）网络营销的概念

网络营销：是指基于互联网、移动互联网平台，利用信息技术与软件工具，满足商家与客户之间交易产品、提供服务的过程；通过在线活动创造、宣传和传递客户价值，并对客户关系进行管理，以达到一定营销目的的新型营销活动。

（二）网络营销的特点

- 1、**跨时域性**——互联网能够超越时间约束和空间限制，使企业有了更多的时间和更大的空间进行营销。
- 2、**交互式**——通过展示商品图像、提供商品信息查询，来实现供需互动与双向沟通，还可以进行产品测试、消费者满意调查等活动。
- 3、**个性化**——互联网上的促销是一对一的、理性的、消费者主导的、非强迫性的、循序渐进式的，而且一种**低成本与人性化的促销**。
- 4、**经济性**——减少印刷费用、邮递成本、租金、水电、人工成本以及由于反复多次交换带来的损耗。
- 5、**多维性**——能将文字、图像和声音有机的组合在一起。
- 6、**超前性**——同时兼具渠道、促销、电子交易、互动服务以及市场信息分析与提供等多种功能。
- 7、**整合性**——将商品信息与收款、售后服务做了很好的集成。
- 8、**高效性**——互联网传送的信息数量与精确度，远超其他媒体。
- 9、**技术性**——是建立在以高速发展的信息技术为支撑的互联网基础上的。

【例-单选题】企业通过互联网展示商品图像、提供商品信息查询，来实现供需互动与双向沟通，这体现了网络营销的（ ）。

- A.多维性
- B.交互式
- C.经济性
- D.整合性

答案：B

解析：网络营销的特点包括跨时域性、交互式、个性化、经济性、多维性、超前性、整合性、高效性和技术性。其中，交互式是指通过互联网展示商品图像、提供商品信息查询，来实现供需互动与双向沟通。

考点二 网络市场调研的概念、方法

（一）网络市场调研的概念

网络市场调查：是指在互联网上针对特定营销环境进行简单调查设计、收集资料和初步分析的活动，以及利用各种搜索引擎寻找竞争环境信息、客户信息、供求信息的行为。

（二）网络市场调研的方法

1、网络市场直接调研的方法——在互联网收集一手资料或原始信息。

(1) **网上观察法**——利用相关软件和人员记录用户浏览网页点击的内容。

(2) **专题讨论法**——主持人引导下，专门邀请部分人员，针对某种商品、服务进行讨论的方式，可通过新闻组，电子公告牌，或邮件列表讨论组等方式进行。

(3) **在线问卷法**——在线发布问卷，请求用户参与调研的方法。

(4) **网上实验法**——利用互联网技术，选择实验主体，赋予实验方案，观察实验结果，并对实验结果进行分析。

(二) 网络市场调研的方法

2、网络市场间接调研的方法——利用互联网收集与企业营销相关的市场、竞争者、消费者以及宏观环境等方面的二手资料信息。

(1) **利用搜索引擎查找资料**

(2) **访问相关网站收集资料**

(3) **利用网上数据库查找资料**

三、网络营销策略

四、网络营销方式